

en buena compañía

Revista de la compañía aseguradora Helvetia Previsión

Diciembre 2005 // Número 4

Feliz Navidad y Próspero 2006

REPORTAJE

HELVETIA PREVISIÓN HOGAR

Protegiendo lo máspreciado

EN BUENA COMPAÑÍA CON...

La Estepaña

VIVIR EN HELVETIA PREVISIÓN

Navidades en Suiza



**HELVETIA
PREVISION** 

Seguros en buena compañía



José María Paagman
Consejero Delegado de Helvetia Previsión

Queridas lectoras y queridos lectores:

El año 2005 va tocando a su fin. Aunque aún no ha finalizado, todo apunta a que cerraremos un buen ejercicio. Y ello, fundamentalmente, por dos motivos: En primer lugar, por el asentamiento pleno del proceso de integración. Y en segundo lugar, por el balance económico del año, que desprende resultados bastante satisfactorios.

Entrando en lo concreto, la fuerte competencia en el ramo de automóviles nos hará retroceder en esta área de negocio. Una caída, sin embargo, que será compensada gracias a los resultados obtenidos en el resto de los ramos no-vida y vida, que hacen prever un moderado crecimiento en el total de ingresos por primas.

En cuanto a la siniestralidad y los ingresos financieros, evolucionan de forma favorable, lo que contribuirá muy positivamente al beneficio final.

Estos resultados no hubieran sido posibles sin la dedicación y el esfuerzo de todos los que formamos esta gran Compañía. Las Navidades son fechas especialmente señaladas para disfrutar en familia y con los seres más queridos, pero también significan, en lo profesional, días de merecido reconocimiento al trabajo bien hecho a lo largo de todo un año.

En un mundo tan competitivo y dinámico como el nuestro, no hay muchos momentos para la relajación y autocomplacencia, pero en estos días es de justicia agradecerlos a todos vuestra aportación al éxito de Helvetia Previsión.

Para el año que viene nos enfrentamos a importantes retos, como conseguir altos índices de crecimiento en ventas, la ampliación de nuestra red comercial, progresar en materia de calidad y servicio, etc. El cumplimiento de éstos y otros retos son necesarios para seguir avanzando en este sector tan competitivo.

Queridas amigas, querido amigos, os deseo a todos una muy feliz Navidad, salud y todos los éxitos personales y profesionales para el año 2006.

¡Muchas Felicidades!



Staff

Edita: Helvetia Previsión
Consejo Editorial: Íñigo Soto, Charo García, Antonio Bravo, Manuel Muñoz y Javier Prado.
Redacción y Diseño: Euromedia Comunicación
Fotografía: Euromedia Comunicación y Helvetia Previsión
Imprime: Escandón Impresores
Depósito legal: SE-2043-05

Helvetia Previsión
Paseo de Cristóbal Colón, 26.
41001 Sevilla
Tlf. 954 593 200
www.helvetiaprevision.com

Sumario

Carta del Consejero Delegado

Noticias

Actualidad del Seguro

Helvetia Previsión, al día

Entrevista *José Manuel Rodríguez, asesor comercial en Sevilla; Nuria Bendito, asesora comercial en Madrid; Manuel Parreño, asesor comercial en Alicante*

Reportaje *Helvetia Previsión Hogar. Protegiendo lo más preciado*

¡¡Participa!!

Vivir en Helvetia Previsión *Las fiestas en Suiza. Navidad en estado puro*

En buena compañía con... *La Estepeña*

Departamentos & Sucursales *Departamento de Control de redes. Cuando la organización es la clave*

Entrevista *José Luis Fernández Taboada, agente mediador de Helvetia Previsión en Lugo*

Historias de seguros *Cuento de Navidad*

De lo nuestro

3

4

10

14

16

22

27

28

32

34

36

38

39

Noticias

Llegamos al final de 2005 con una sección interna repleta de noticias sobre nuestra compañía. Hay para todos los gustos: desde patrocinios deportivos hasta la edición del calendario corporativo o la constitución de una nueva oficina. Entre las acciones trimestrales más significativas destaca la puesta en marcha de la nueva versión de la página web de la compañía, www.helvetiaprevision.com, que funciona desde el pasado 1 de diciembre a pleno rendimiento y que ofrece abundante información de interés sobre nuestra aseguradora. Una acción más con la que Helvetia Previsión avanza en su misión de afianzarse como una compañía más dinámica, moderna y eficiente.

Nueva versión de Helvetiaprevision.com

Desde el pasado 1 de diciembre, la nueva versión de la web de la compañía funciona a pleno rendimiento. Esta versión actualizada ofrece la más amplia y completa información relacionada con la compañía, haciendo mucho más fluida y eficiente la búsqueda de datos de interés por parte de los visitantes. Los contenidos se distribuyen en cuatro grandes bloques: Conózcenos, Seguros, Servicios on-line y Cerca de Usted. Igualmente, la página contiene otras prestaciones como un acceso para registrarse en la bolsa de trabajo de Helvetia Previsión, formularios que son enviados a diversos departamentos o secciones de la empresa y un apartado en el que quedan reflejadas las últimas noticias de la compañía. Además, los visitantes pueden suscribirse voluntariamente a nuestro 'boletín electrónico', que se emite periódicamente para reforzar aún más la comunicación entre esta aseguradora y sus clientes.



Patrocinando causas sociales

Los días 11, 12 y 13 de noviembre se celebró el encuentro "Madrid 2005. Abre sus ojos" en el Centro de Esclerosis Múltiple Alicia Koplowitz, situado en Valdebernardo (Madrid). Helvetia Previsión patrocinó este evento, en el que se ofrecían gratuitamente programas de salud visual a personas con necesidades intelectuales especiales. Uno de los objetivos era informar a los educadores y padres de las deficiencias visuales de las personas examinadas, procedentes de diversos centros de toda España, así como ofrecerles un servicio profesional que la mayoría de las veces no está a su alcance, dado que la preparación de los profesionales de la visión no suele orientarse a la atención de personas con deficiencias.



Milano Financia premia a Helvetia Vita

La filial de Helvetia Patria en Italia, Helvetia Vita, ha sido galardonada por la revista Milano Financia, que, a través de los Insurance Awards 2005, ha reconocido a los grandes protagonistas del mercado asegurador italiano durante el presente año. En concreto, Helvetia Vita ha recibido el Premio Milano Finanza Triple A Insurance, por ser una de las compañías con los mejores asset manager. El rendimiento anual, la diversificación del riesgo y los estilos de gestión (determinantes para una reducción de la volatilidad y una mejor actuación), y el parámetro para medir los costes/transparencia (en particular, los folletos informativos y las condiciones generales de las pólizas que estén siempre disponibles y en base a las disposiciones legales correspondientes) son los parámetros que se han seguido para asignar este reconocimiento.

También en fútbol-sala

En el número anterior dábamos cuenta de la colaboración que nuestra compañía mantiene con el A. Lobelle de Santiago. En este número, informamos de la firma del acuerdo de colaboración con este equipo de fútbol sala que juega en la División de Honor y que actualmente se encuentra en la parte alta de la clasificación de la Liga. Al acto de firma acudieron el presidente del club, José Antonio Lobelle, el Director General Adjunto de Helvetia Previsión, Íñigo Soto García-Junco, y uno de los delegados de Helvetia Previsión en Galicia, Alejandro Gómez-Ulla. Íñigo Soto mostró su deseo de que Helvetia Previsión "dé mucha suerte a este club durante toda esta temporada y alguna más". "Esta acción de patrocinio —explicó— es una apuesta de nuestra compañía por el deporte gallego, y esperamos que nos sirva para fortalecer la fuerte apuesta de crecimiento que estamos llevando a cabo en toda España".



Íñigo Soto y José Antonio Lobelle, durante la firma del convenio de colaboración.

Un servicio con calidad certificada

Helvetia Previsión ha recibido el Certificado de Calidad UNE-EN ISO 9001:2000 tras la auditoría realizada por AENOR sobre el proceso de "Gestión y Tramitación de Siniestros en los Centros de Servicio hasta 30.000 euros". Dicho registro certifica que el proceso de tramitación que realiza esta compañía es conforme a las exigencias internacionales de Sistemas de Gestión de Calidad y de mejora continua. Con este reconocimiento, Helvetia Previsión no sólo demuestra la homogeneización del proceso en los tres Centros de Servicios, sino también el reconocimiento de la existencia de una serie de procesos y herramientas encaminadas a ir mejorando día a día el servicio en la atención de los siniestros de sus asegurados.



noticias



J.M. Paagman y Javier García posan junto a los miembros de la Peña.

Con la Peña Bolística Sobarzo

Como informábamos en el anterior número de la revista, Helvetia Previsión patrocina desde hace dos años un trofeo que lleva el nombre de la compañía en la Peña Bolística Sobarzo (Cantabria), y que se celebró en el pasado mes de julio. Tres meses después, el día 11 de octubre, esta peña participó en el Campeonato de España de Bolos sub 23, que se celebró en Sevilla. Con motivo de su visita a la capital hispalense, Helvetia Previsión fue invitada a la recepción oficial que ofreció el Ayuntamiento de Sevilla a los participantes en este evento deportivo. En representación de Helvetia Previsión, acudió a la cita el consejero delegado de la compañía, José María Paagman, y en ella también estuvieron presentes Manuel Silva, concejal de Cultura y Deportes del Ayuntamiento de Sevilla, y Francisco Javier López Marcano, consejero de Cultura del Gobierno de Cantabria. La peña y Helvetia Previsión aprovecharon la recepción para intercambiarse algunos obsequios corporativos.

La quinta mejor valorada por sus clientes

Helvetia Previsión se sitúa en las encuestas de satisfacción realizadas por ICEA como la quinta mejor valorada por sus clientes. En estas encuestas participan las catorce compañías más importantes del sector asegurador. La consulta, que ha sondeado a personas aseguradas que tuvieron un siniestro de hogar durante los primeros meses del año, indagó en diferentes cuestiones acerca del servicio recibido en la atención de sus siniestros. Los resultados revelan que el 82% de los asegurados por Helvetia Previsión valoran de forma global el servicio prestado por la compañía con una nota que oscila entre 7 y 10 puntos (de una escala comprendida entre el 0 y el 10). Entre los datos más positivos, destaca la evolución experimentada en la rapidez con la que se realiza el pago en los siniestros cuya tramitación es la indemnización. Respecto a las otras aseguradoras, Helvetia Previsión sobresale en la percepción del cliente respecto del asesoramiento ofrecido por el personal de venta de la entidad y en la relación existente entre el precio del seguro de hogar y el servicio prestado por la entidad.

Nuevos calendarios para 2006

Los calendarios se han convertido en uno de los elementos promocionales más recurrentes para cualquier empresa, ya que resultan útiles y a la vez permiten una promoción de la marca que resulta muy rentable. Un año más, Helvetia Previsión ha editado su calendario. Por sus dimensiones, el calendario resulta idóneo para ser colgado en la pared de oficina, los comercios o, incluso, las viviendas particulares.



Patrocinador del esquí suizo

Helvetia Patria ha firmado un acuerdo para patrocinar durante las tres próximas temporadas a Swiss-Ski, la Federación Suiza de Deportes de Invierno. Con este contrato de sponsorización, que podría ser prolongado en el futuro, Helvetia Patria realiza un apoyo financiero considerable a las ocho disciplinas que componen esta Federación, a la que también asegura. Junto a Swisscom, Audi y Raiffeisen, Helvetia Patria se convierte en el cuarto sponsor de Swiss-Ski, y su logo podrá ser visto en la indumentaria que visitan los esquiadores suizos cuando compitan en las pruebas que se celebren por todo el mundo.

Recibidos por la alcaldesa de Pamplona



De izqda. a dcha., Yolanda Barcina, J.M. Paagman, Victor Lizarraga y Juan José Oroz.

La alcaldesa de Pamplona, Yolanda Barcina, recibió en el consistorio de la capital navarra a una representación de Helvetia Previsión, encabezada por su consejero delegado y director general, José María Paagman, y en la que también se encontraban otros cargos relevantes de la compañía. En la reunión, Paagman le recordó la trayectoria de Helvetia Previsión, remarcando su vocación por un servicio de calidad. Asimismo, incidió en la especial cercanía de esta compañía al cliente de Navarra, ya que en esta comunidad mantiene una de sus tres sedes, siendo, además, el centro desde donde se gestiona el negocio del norte de España. Finalmente, Paagman invitó a la alcaldesa de Pamplona a la apertura de la Convención Comercial Anual de Helvetia Previsión, que en el presente año tendrá lugar entre el 18 y el 20 de diciembre en Baluarte, el Palacio de Congresos y Auditorio de Navarra.

Del lado de los árbitros

En su interés por respaldar diversas competiciones deportivas, Helvetia Previsión no sólo apoya a los que compiten sino también a los encargados de impartir justicia. En cualquier deporte, tan importantes son los jugadores como los árbitros. Por ello, esta compañía patrocinará durante los tres próximos años a la ASAAB (Asociación Sevillana de Árbitros y Oficiales de Baloncesto). Todos sus integrantes lucirán el logo de Helvetia Previsión en su indumentaria.



noticias

Frente a la muralla de Lugo

El excelente trabajo que el matrimonio formado por José Fernández Boado y Consuelo Abelaira ha realizado en los últimos años, y que le ha valido una importante cartera de clientes, ha propiciado que hayan abierto la nueva sede de la Agencia Boado y Abelaira en Lugo. Este nuevo local se encuentra situado frente

a la Muralla Romana de la localidad gallega. El acto de inauguración, celebrado el pasado 3 de octubre, contó con la presencia de Santiago Álvarez, Director de la Sucursal, y de Javier García, Subdirector General Comercial Adjunto, así como de los colaboradores, clientes, familiares y amigos de los agentes.



En la foto de la izqda., Encarnación Abenójar a las puertas de su oficina. En la foto de la dcha., José García, José Manuel Hernández, Santiago Antón, Encarnación Abenójar, Manuel Ángel Medina y José Mata, director de la sucursal de Córdoba.



Se incrementa la presencia en Córdoba

Helvetia Previsión cuenta con una nueva agencia en la provincia de Córdoba. El pasado 10 de octubre fue inaugurada la sede de Peñarroya-Pueblollano, siendo Encarnación Abenójar Martínez la agente titular de la compañía en esta localidad. Asimismo, Helvetia Previsión participó en la IV Feria de Muestras del Alto Valle del Guadiato (Expoguadiato), que

se celebró en el Pabellón Polideportivo Municipal de Peñarroya-Pueblonuevo entre los días 27 y 30 del mismo mes. Encarnación Abenójar estuvo acompañada en nuestro stand por los también agentes de la compañía Francisco Padillo Pérez, Raúl Ceballos García y José Mata Molina, director de la sucursal de Córdoba.

En la élite tramitando siniestros

El barómetro de Calidad Charta 2005 ha otorgado a Helvetia Versicherungen, la filial alemana de Helvetia Patria, un puesto entre los mejores tramitadores de siniestros en el país germano. Exactamente, Helvetia Versicherungen ocupa el segundo lugar en el ranking.

Todas las Helvetias juntas

Helvetia Patria reunió a representantes de sus filiales europeas de Suiza, Alemania, Austria, Italia, Francia y España en la edición anual del Management Forum, que tuvo lugar entre el 26 y el 28 de octubre en Saint Gallen. "Nuestra próxima estrategia, en busca del crecimiento y de nuevas oportunidades de negocio" fue el título de este encuentro en el que se discutió sobre diferentes aspectos, ideas e informaciones relacionadas con las oportunidades de crecimiento en la industria de las aseguradoras y en los diferentes mercados en los que está presente Helvetia.

SD Negreira, un modesto con mucho mérito

La Sociedad Deportiva Negreira, habitual de las categorías regionales del fútbol español, dio la sorpresa la temporada pasada al ascender por primera vez en su historia a Segunda división B. Helvetia Previsión, patrocinador del equipo, comparte con los aficionados y los integrantes de este modesto club la ilusión por mantenerse un año más en la tercera categoría del fútbol español. De momento, el conjunto coruñés, que cuenta con 1.000 abonados (la localidad de Negreira, situada a unos 20 kilómetros de Santiago de Compostela, tiene 5.000 habitantes), se encuentra en la parte baja de la clasificación, aunque todavía queda mucho campeonato por delante para que los pupilos del técnico Gelucho puedan cumplir su objetivo de conseguir la permanencia.

En la vuelta a Castellón

Helvetia Previsión fue uno de los espónsores de la undécima edición de la Volta Ciclista a les Comarques de Castelló, que se disputó entre el 9 y el 11 de septiembre. La prueba transcurrió por varias localidades de la provincia como Castelló-Almassora, Cabanes, Vilafamés y Benicasim.



Actualidad del Seguro



Alergias y accidentes de tráfico

Se estima que más de un centenar de muertes en accidentes de tráfico al año en España son provocados por las alergias. Pese a que estas enfermedades afectan a unos 8 millones de españoles, es un fenómeno bastante desconocido. Y eso que algunas de ellas (rinitis alérgica, conjuntivitis alérgica, asma bronquial) son graves y pueden durar toda la vida. En torno al 15% de la población sufre alergia a alguna sustancia exterior, pero sólo el 25% de los afectados está siguiendo un tratamiento médico para combatirlo (el resto recurre a la automedicación).

Premio a los "Call Center" de Asitur

Recientemente, Asitur Asistencia, compañía que gestiona los siniestros de reparación de Helvetia Previsión, fue galardonada con el premio a la Excelencia en la Calidad de los "Call Center", dentro de la modalidad Sector Seguros, en el marco de la Octava Edición del Salón del Call Center + CRM Solutions. "Para Asitur -comentó la entidad-, esta preciada distinción es motivo de orgullo y satisfacción, fruto del esfuerzo continuo, el trabajo y la implicación de toda la organización, pero al

mismo tiempo implica también una gran responsabilidad y el reto de seguir mejorando para mantener una posición privilegiada en el sector".

Premio a TVE por 'Mira quién baila'

El Instituto de Estudios Superiores Financieros y de Seguros (INESE), miembro de la Red Business Information, ha decidido conceder a Televisión Española el 'Premio de Reconocimiento al Medio de Comunicación más Solidario' por su programa 'Mira quien Baila'. Éste es uno de los galardones que se entregan en los Premios Solidarios, cuyo objetivo es "dejar patente ante la sociedad el apoyo que el sector asegurador otorga a la labor desempeñada por las organizaciones sociales que operan en nuestro país, así como a aquellas otras que trabajan por la mejora del medio que nos rodea". 'Mira quién baila' es un concurso basado en las competiciones de bailes de salón entre ocho parejas formadas por un bailarín y un rostro popular. El objetivo del programa no es otro que recoger fondos para la causa benéfica que apadrina cada uno de los participantes. En la pasada edición, tras la votación popular realizada por los telespectadores, resultó vencedora la actriz Claudia Molina, que donó a la Unión Nacional de Mujeres Saharavis un premio de 50.000 euros.



Las mujeres, más cautelosas al volante

El Director General de Tráfico, Pere Navarro, y la Presidente de UNESPA, Pilar González de Frutos, han presentado el estudio "Factores de influencia en la gravedad del agente corporal", en el que se hace una radiografía exhaustiva de los accidentes de circulación con daños corporales. Entre las conclusiones más llamativas de este trabajo destaca que las mujeres, independientemente de su edad o experiencia en la conducción, producen accidentes mucho menos graves que los hombres, siendo esta diferencia mucho más significativa en las edades más jóvenes. Corroborar este dato el hecho de que los hombres con menos de un año de carné causan accidentes el doble de graves que los provocados por las mujeres noveles al volante. Por territorios, Aragón, Galicia y Castilla-La Mancha son las comunidades en las que la gravedad de los percances es mayor, mientras que, por el contrario, Melilla, Canarias y la Comunidad Valenciana son las áreas menos peligrosas para circular.

Moody's augura buenos tiempos

La agencia Moody's presenta un pronóstico 'estable' para el futuro más inmediato dentro del sector reasegurador global. Según recoge la publicación Actualidad Aseguradora, las buenas previsiones se deben al entorno favorable de precios y a los fuertes beneficios de los últimos años (en particular, en el negocio Patrimonial). Tal y como apunta el especialista Simon Harris, las circunstancias para las aseguradoras europeas se mantienen, en general, 'propicias' para la estabilidad de sus calificaciones a corto plazo debido a la recuperación de sus rendimientos financieros respecto a los bajos niveles de 2003. Sin embargo, Moody's muestra cierta preocupación ante la persistente debilidad de las reservas para los negocios de Daños en Estados Unidos, suscritos durante el período de ciclo blando entre 1997 y 2001, y sobre la exposición a catástrofes naturales.



Actualidad del Seguro



Habrán más planes de pensiones

Las previsiones realizadas por Eurostat apuntan que la población europea seguirá creciendo hasta 2025 debido, fundamentalmente, a la inmigración, si bien es cierto que en los años posteriores experimentará un descenso considerable. En concreto, se espera que el número de habitantes de España cuando se consuma el primer cuarto del presente siglo sea de 45,6 millones (frente a los 42,3 millones de 2004), para descender hasta los 42,8 en 2050. Estos datos se deben, fundamentalmente, a

la progresiva bajada que se viene registrando en la tasa de natalidad, circunstancia que provoca un cambio radical en la estructura por edades de la población española. En 1981, el tramo de edad con más población en España era el comprendido entre los 5 y 9 años; en 2000 pasó a ser el de 25 a 29 años; todo hace indicar que para 2030 serán mayoría los comprendidos entre 55 y 59 años. Así, la tasa de dependencia, que es el cociente entre el número de personas mayores de 65 años y el de las comprendidas entre 15 y 64 años, pasará del actual 24,6% al 67,5% que se prevé para 2050. Este cambio es consecuencia de la disminución de la población comprendida entre los 15 y los 64 años y del incremento de los mayores de 65. Según ICEA, es previsible que el número de personas que tengan contratado un instrumento complementario de previsión vaya aumentando, teniendo en cuenta el crecimiento de esa población que dejará de gozar del poder adquisitivo de los trabajadores en activo para recibir las pensiones de jubilación de la Seguridad Social.

En el debate político sobre el cambio climático

"El seguro será considerado para participar en el debate político sobre el cambio climático". Son palabras de Jean-Louis Marseaud, director de seguro No Vida del Comité Europeo de Seguros (CEA). Este organismo ha presentado una serie de recomendaciones para la gestión del riesgo climático con el fin de lograr un mundo más seguro y menos contaminado: "El seguro ayuda a dispersar los costes del cambio climático, pero no puede reducir el riesgo en general" -ha explicado-. "En último lugar, los gobiernos tienen la responsabilidad de gestionar a largo plazo estos riesgos del clima para la sociedad. Además de ofrecer cobertura y asistencia durante una situación de crisis, las aseguradoras y reaseguradoras pueden ayudar a la sociedad a prepararse ante las consecuencias del cambio climático", explica Marseaud. En este sentido, el directivo de CEA sostiene que "la industria aseguradora puede trabajar en alianza con el sector público para ayudar a los gobiernos a crear, por ejemplo, sistemas para determinar las



áreas de riesgo en inundaciones, introducir mecanismos de alerta temprana y establecer programas efectivos de detección de inundaciones, así como para promover códigos de construcción que den más seguridad y resistencia al viento".

Cuestiones a debatir sobre 'Solvencia II'

En un artículo publicado en la revista especializada 'CEA Executive Update', Steve Taylor-Gooby realiza una serie de matizaciones acerca de los apartados más importantes que, en su opinión, aún están por aclarar en el proyecto Solvencia II, el plan sobre el que está trabajando la Unión Europea para crear un sistema nuevo y dinámico en el que se contemplan todos los riesgos a los que se enfrentan las compañías de seguros con el fin de determinar sus requerimientos de solvencia. Según Taylor-Gooby, 'Solvencia II' debe ocupar un lugar preferente en la agenda de los equipos directivos europeos, ya que se trata de un proyecto estratégico prioritario para las aseguradoras y reaseguradoras europeas. Las cuestiones objeto de debate son: la naturaleza de los requerimientos de capital para la solvencia (SCR), requerimientos de capital mínimo (MCR) y de provisiones técnicas; posibilidades de la diversificación del riesgo; y definición de los requerimientos de capital mínimo (MCR). De

acuerdo a lo escrito en el artículo 'Solvencia II va tomando forma', "el sector asegurador ha mostrado una fuerte preferencia por un sistema basado en el riesgo a la hora de determinar los requerimientos de capital. Este sistema garantizaría una asignación de capital más eficiente y alentaría prácticas de gestión del riesgo económicamente sólidas, a la vez que limita el riesgo de quiebra a niveles adecuados. De esta forma, se fortalecerá la competitividad del sector y permitirá ofrecer mejor precio de los productos a los consumidores".

El 14% de los vehículos no está asegurado

Un cruce de datos entre la Dirección General de Tráfico (DGT) y UNESPA ha revelado un alarmante dato: más de 4 millones de vehículos, el 14% del parque automovilístico español, no tienen seguro obligatorio. Mientras la DGT tenía registrados 28,67 millones de vehículos en España, la UNESPA advierte que sólo 24,59 millones estaban asegurados. Cerca de la mitad de los vehículos sin seguro serían motos y ciclomotores. Algunos expertos se muestran cautelosos a la hora de manifestarse sobre estas estadísticas, ya que en los datos aportados por Tráfico podrían no estar incluidos todas las bajas reales que se producen en nuestro país.



Helvetia Previsión, al día

Diario Navarra
07/11/2005

A comienzos de noviembre, algunos medios del País Vasco y Navarra informaron sobre la situación de la compañía. Nuestro consejero delegado, José María Paagman, defendió el posicionamiento de nuestra entidad en esas comunidades.



Diario Noticias
08/11/2005



Cartón Azul
15/10/2005

Correo Gallego
14/10/2005

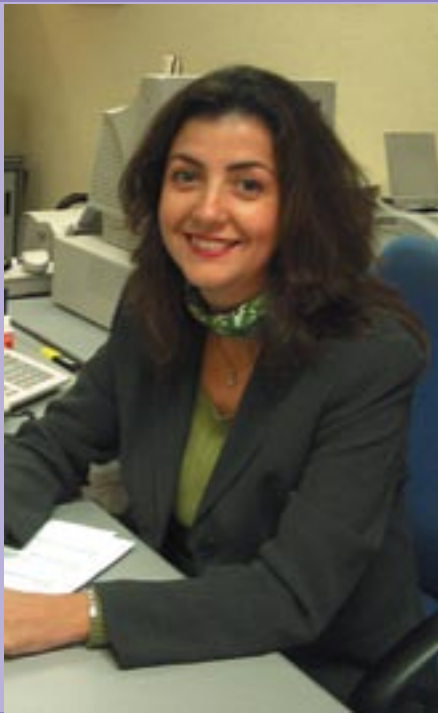


Acción Cooperativa
Septiembre 2005

En el número de septiembre de "Acción Cooperativa", el director de la Zona Norte, Juan José Oroz, daba la cara para explicar el abono del siniestro sucedido en Tudela, que se llevó por delante más de 8.000 palets en la Cooperativa Asociación de Labradores de Tudela. La revista no duda en elogiar la actitud de Helvetia Previsión ante este desgraciado acontecimiento.



ENTREVISTA



16

JOSÉ MANUEL RODRÍGUEZ
ASESOR COMERCIAL EN SEVILLA

“A estas alturas,
ya todo el mundo
reconoce nuestra
labor, cosa que
no siempre ha
ocurrido”

NURIA BENDITO
ASESORA COMERCIAL EN MADRID

“Nuestra mayor
diferencia con
respecto a la
competencia es
nuestro espíritu
empreendedor y
combativo”

MANUEL PARREÑO
ASESOR COMERCIAL EN ALICANTE

“Junto con los
directores, somos
los que estamos
en la vanguardia
comercial de la
empresa”

Tres Asesores Comerciales. Tres zonas con comportamientos muy distintos, Sevilla, Madrid y Alicante. Tres perfiles de diferentes profesionales a los que, sin embargo, les une algo más que su edad: la valiosa labor que desempeñan dentro de Helvetia Previsión. Derrochan vitalidad y tienen las ideas muy claras. Ésta es su radiografía.



José Manuel Rodríguez

Estado civil: Casado
Nº de hijos: 2 (la parejita)
Mi color preferido: Azul
Una afición: Pasear por el campo con mis hijos
Una canción: Cualquiera de Los Beatles. “Yesterday”, por ejemplo
El plato más exquisito es: Solomillo de buey poco hecho, a ser posible con un poco de foie y una botella de ribera del Duero
No soporto en el carácter de alguien: La intransigencia
En otra vida hubiera sido: Lo más parecido posible a ésta
Una frase que me define es: Soy géminis, con una no hay ni para empezar
Mi peor defecto: La “cabezonería”
Mi mejor virtud: No me rindo fácilmente.
Una persona a la que admiro profundamente: Jesucristo
Mi personaje de ficción favorito: Luke Skywalker.
Sólo puedo llevarme una cosa a una isla desierta...: mis gafas; quizás podría hacer fuego con ellas.

Nuria Bendito

Estado civil: Casada
Nº de hijos: 2
Mi color preferido: Blanco
Una afición: Bailar
Una canción: You’ve got a friend, de James Taylor
El plato más exquisito es: Paella de marisco
No soporto en el carácter de alguien: La hipocresía
En otra vida hubiera sido: Actriz de musicales, preferiblemente
Una frase que me define es: ¡Que bello es vivir!
Mi peor defecto: La impaciencia
Mi mejor virtud: La versatilidad
Una persona a la que admiro profundamente: Santa Teresa de Calcuta
Mi personaje de ficción favorito: Campanilla
Sólo puedo llevarme una cosa a una isla desierta...: Una caja con mi marido e hijos dentro

Manuel Parreño

Estado civil: Casado
Nº de hijos: 1
Mi color preferido: Rojo
Una afición: Viajar
Una canción: Casi cualquiera de los Beatles
El plato más exquisito es: Paella casi en cualquiera de sus variantes
No soporto en el carácter de alguien: La incompetencia y la desidia
En otra vida hubiera sido: Piloto de avión
Una frase que me define es: “El que la sigue la consigue”
Mi peor defecto: A veces puedo ser muy pesado
Mi mejor virtud: Me gusta ser perfeccionista (quizá es un defecto)
Una persona a la que admiro profundamente: Mis padres, siempre sacrificándose por mí y mis hermanas
Mi personaje de ficción favorito: Mazinger Z (los japoneses me conquistaron con aquella serie).
Sólo puedo llevarme una cosa a una isla desierta...: Mi familia

17

La labor de los Asesores Comerciales se parece, en cierto modo, a la de un “ojeador” deportivo. ¿Qué elementos consideráis necesario para ser un buen Asesor Comercial con buen “olfato” para los agentes?

JMR: Un buen asesor es ojeador, preparador físico, entrenador, psicólogo, director deportivo y normalmente se pone el 9 a la espalda para rematar los goles. Con esto quiero decir que para tener éxito en este apartado hay que dedicarle tiempo, si no, no hay olfato que valga. Después sólo hay que poner trabajo, constancia, entusiasmo y sobre todo nunca bajar los brazos; ése es el mejor olfato.

NB: Capacidad para analizar la personalidad, ambiente y aptitudes de las personas que conozca y entreviste. Después vendría la evaluación del conjunto para sopesar si compensa el tiempo que lleva formarlo y tutelarlos.

MP: La planificación y la constancia son, sin duda, esenciales cuando te planteas incorporar nuevos agentes a la organización comercial, pero igualmente siempre tienes que estar “en guardia”. De la situación más inesperada puede salir una entrevista con un candidato que a la postre resulte un buen agente.

Como evaluadores y observadores cercanos, ¿cuáles creéis que son las cualidades principales de un buen agente?

JMR: Trabajador nato, extrovertido, bien relacionado, con mucha ambición, organizado, comprometido, fiel, con buena presencia y, si es posible, listo como el hambre. Pero lo más importante de todo es que le guste vender seguros y disfrute cada vez que venda uno (si es de vida mejor, que “está la cosa muy mala”).

NB: La empatía, el ser lo suficientemente analítico para poder detectar las necesidades del futuro cliente y por último y muy importante, la constancia y disciplina en el trabajo.

MP: Un buen agente se identifica plenamente con su trabajo y además se enorgullece y se siente como un verdadero profesional del sector; te pide información, te hace partícipe de sus inquietudes, etc... Es muy fácil percibir cuándo un mediador es un buen agente o cuándo simplemente es un “comisionista”.

ENTREVISTA



JOSÉ MANUEL RODRÍGUEZ

Año de ingreso en la compañía:
1994

Otras experiencias profesionales:
Ninguna de relevancia

Estudios realizados:
Diplomatura en ciencias empresariales



NURIA BÉNDITO

Año de ingreso en la compañía: 1995
Otras experiencias profesionales:
Las mas destacadas: Banco Atlántico y
Laín, S.A. ambos puestos de asesor comercial .

Estudios realizados:
Licenciada en Ciencias Económicas y
Empresariales



MANUEL PARREÑO

Año de ingreso en la compañía:
1994

Otras experiencias profesionales:
profesor en colegio (por temporadas)

Estudios realizados:
Magisterio

Sin compromisos, ¿cómo os tratan vuestros Directores Comerciales? ¿Son muy exigentes u os dejan margen de maniobra?

JMR: Este es el primer año que dependo directamente de José Manuel Barba y tenemos una relación muy cordial. Ha depositado su confianza en mí y yo le estoy muy agradecido. José Manuel delega como buen jefe, te da responsabilidad, autonomía, margen de maniobra y al mismo tiempo te exige que des lo mejor de ti mismo en cada momento. Sólo hay que tener cuidado los lunes, por si pierde el Betis.

NB: ¿Sin compromiso? ¡Él va a leer este artículo! Ahora en serio, no he tenido problemas de ningún tipo, pues nos deja maniobrar dentro de unos límites, y éstos casi siempre son consensuados por el equipo comercial. Es muy asequible, y eso también hay que valorarlo.

MP: La verdad es que la relación con él siempre ha sido muy fluida. De hecho, durante mucho tiempo hemos llevado entre los dos la parte comercial de la sucursal y creo que los resultados han sido bastante buenos. Tengo bastante margen de maniobra, aunque lógicamente ponemos en común casi a diario los problemas del día a día.

La relación entre el Asesor Comercial y el Agente llega a ser en ocasiones muy estrecha. ¿Habéis hecho amigos entre los agentes? ¿Creéis que esta situación ayuda o puede llegar a entorpecer vuestro trabajo?

JMR: He hecho muchos y muy buenos amigos y los sigo haciendo todos los días. Siempre he tenido una buena relación con mis agentes, circunstancia que siempre me ha ayudado a desarrollar bien mi trabajo. Esta es una filosofía que aprendí de la persona que más me orientó en mis inicios como inspector y a la que siempre estaré agradecido, que no es otro que Manuel Muñoz, el mejor comercial de Vida que he conocido.

NB: Cuando lo llego a denominar "amigo" es porque tanto él como yo sabemos donde está la línea que separa "el exceso de confianza del trabajo".

MP: Prácticamente todos los agentes que he nombrado son hoy en día amigos míos (a distintos niveles). En mi caso lo considero más una ayuda que un inconveniente, ya que en lo profesional las dos partes sabemos exactamente cuál es nuestro papel y lo que se espera de nosotros. Hasta hoy no he tenido ni un solo problema en ese aspecto.

¿Consideráis que la figura del Asesor Comercial está suficientemente reconocida dentro de Helvetia Previsión?

JMR: Creo que a estas alturas ya todo el mundo reconoce nuestra labor, cosa que no siempre ha ocurrido. Pero quien de verdad sabe reconocer y valorar nuestro trabajo es alguien que en algún momento de su carrera profesional lo haya sido.

NB: En general, sí, y para ser sincera, creo que a partir de la última fusión de la empresa la parte comercial ha salido reforzada, adquiriendo mayor protagonismo y margen de maniobra en sus acciones.

MP: Junto con los Directores, somos los que estamos en la vanguardia comercial de la empresa. En ese sentido, creo que cada vez se tienen más en cuenta nuestras demandas, que no son sino el reflejo de la evolución del mercado.

Supongo que conoceréis a asesores comerciales de la competencia. ¿Qué os distingue de ellos, como "gente Helvetia Previsión"?

JMR: Normalmente somos de la cantera, y el rasgo que más nos distingue es la fidelidad. Otro rasgo importante es el nivel de formación, creo que superior a la media, y que nos dota de una gran polivalencia. Y por último, el nivel de implicación que, pienso, también es superior a la media.

NB: Creo que la mayor diferencia estriba en ese espíritu emprendedor y combativo que te queda tras pasar por dos fusiones tan seguidas y tener que seguir demostrando a tus agentes que sigues siendo la mismo y que seguirás dando el mismo o mejor servicio que dabas antes.

MP: Sin ninguna duda, la obligación de dar un buen servicio al mediador. Algo que en general parece que se ha perdido en muchas empresas de la competencia, y que, en mi caso, me ha permitido incorporar a varios agentes a mi estructura comercial.



ENTREVISTA

El nombramiento de nuevos agentes constituye uno de los momentos más intensos y difíciles en vuestra labor como asesores comerciales. ¿Cómo os enfrentáis a ese reto?

JMR: Nombrar un agente es difícil, pero “todo es ponerse”, como todo en la vida. Lo realmente difícil es sacarlo adelante y que se consolide como un agente importante “de los que tiran del carro”. Que se haga un profesional, que viva de esto, y que a la vuelta de unos años resulte que el chaval, que no tenía un duro, gana mas dinero que tú. Ésa es una de las experiencias más bonitas de mi vida profesional.

NB: Pienso que con un buen método, planificando zonas y focos de captación, no es difícil, aunque sí es a veces muy ingrato. Por ello, efectivamente, hay que tomárselo como un reto y con mucho entusiasmo, para no venirme abajo...

MP: En general creo que hay que apoyarse en los productos más competitivos que tiene nuestra Empresa. A partir de ahí, analizar sobre el mapa aquellas poblaciones en las que por sus características sociales y económicas podamos venderlos mejor. Alguien me dijo en una ocasión: “Si tienes claro dónde vender y qué vender, es mucho más fácil contactar con las personas adecuadas”. Y hasta la fecha ha sido una buena fórmula.

¿Cuáles son, a vuestro parecer, las principales peculiaridades de vuestra zona de actuación?

JMR: Actualmente gestiono una zona de unos 800 millones de las antiguas pesetas, cuya principal peculiaridad es su gran volumen y diversidad. Al ser en gran parte nueva para mí, supone un gran reto en mi vida profesional.

NB: La particularidad más importante es la extensa zona que abarcamos, pues no sólo se trata de una parte muy importante de la Comunidad de Madrid, sino que también llevamos otras dos provincias más como son Guadalajara y Cuenca. Eso nos hace tener que rentabilizar el tiempo muchísimo.

MP: La provincia de Alicante se ha convertido desde hace ya unos años en una zona donde se ha instalado muchísima población residente de Alemania y Reino Unido. En este sentido, a día de hoy tenemos un gran negocio basado en este tipo de mercado y una importante organización comercial en toda la franja costera .

¿A qué aspiráis profesionalmente dentro de la compañía?

JMR: Soy una persona con ambición sana, disfruto enormemente de mi trabajo y aspiro a seguir creciendo profesionalmente. No voy a ser yo el que me ponga un límite, porque soy de los que piensan que las metas están para superarlas y acto seguido ponerse otra más alta. Espero seguir rebasándolas durante mucho tiempo, sin dejar de hacer amigos todos los días.

NB: Una vez en el puesto de asesor y director comercial, ¡de aquí hasta el infinito! mientras pueda, me gustaría asumir los retos que se me vayan planteando en el futuro.

MP: Trabajar en una empresa sólida, con buenas herramientas y buenos productos, sintiéndome reconocido (en todos los aspectos) en mi trabajo, es mi máxima aspiración. Supongo que también de la mayoría...

Antes de marcharnos, contadnos alguna anécdota personal...

JMR: Hace algún tiempo, al comercial se le conocía como “el artista” por algunos agentes. Cuando alguno decía ¿dónde está el artista?, ya sabía el inspector que tendría que sacar el capote y echarle más arte que Curro Romero, porque algún cliente “rebotado” habría, o la muleta y el estoque para ir a rematar alguna operación importante. Vamos, que somos unos artistas. Porque si no nos echamos flores nosotros, ¿quién lo va a hacer?

NB: Era mi primer o segundo año en la empresa, y tenía una reunión con un cliente muy importante de mi mejor agente de entonces. Llegó el cliente y le invitamos a tomar asiento, pues íbamos a tratar de varios seguros de pymes y eso llevaba su tiempo... Y este señor, con la silla preparada, nos decía “prefiero no sentarme, gracias”... Total, que pasaban los minutos, le insistíamos pues era incómodo estar nosotras sentadas y él de pie... Pasaba ya de la hora, nosotras seguíamos insistiendo y el hombre cada vez más apurado... Total, que al final, todo serio, no pudo más que decir: “Señoritas, no me insistan más, ¡tengo hemorroides!” Cuando por fin se fue, no parábamos de reírnos...

MP: Hoy recuerdo con humor todas las chapucillas (algunas inconfesables) que tuve que hacer hace unos años para tener Condiciones Generales y publicidad en inglés de nuestra póliza de hogar. En aquel momento no teníamos nada y yo lo necesitaba imperiosamente. En fin, aquello salió bien y hoy tenemos una buena cartera gracias a ello.



Protegiendo lo máspreciado

HELVETIA PREVISIÓN HOGAR

A partir de enero, se comercializa una nueva póliza de Hogar que supone un salto cuantitativo y cualitativo dentro de este tipo de productos en el mercado nacional. Más competitivo, más innovador, más flexible y con más coberturas. Éstas son sólo algunas de las características de esta nueva póliza que está llamada a jugar un papel muy importante dentro de las expectativas de crecimiento de Helvetia Previsión. Con el nuevo producto, queremos que nuestros clientes se sientan protegidos, contando para ello con una póliza que les resuelva cualquier problema doméstico que se les presente.

El mes de enero supone el arranque para la comercialización del nuevo producto de Hogar de Helvetia Previsión. Se trata de una póliza que se caracteriza por su competitividad, su carácter innovador, su flexibilidad y su amplitud de coberturas. Los responsables de su diseño auguran un futuro más que halagüeño para este nuevo seguro, que incorpora, y en muchos casos supera, las principales prestaciones y coberturas relacionadas con este tipo de producto que se ofrecen en el mercado.

El inicio de la comercialización de este producto supone un punto de arranque pero también significa la finalización de un largo proceso de elaboración y diseño, en el que se han implicado de forma activa todos los departamentos y profesionales que intervienen normalmente en el proceso de producción de cualquier producto asegurador dentro de la compañía.

Las ventajas competitivas de Helvetia Previsión Hogar se concretan en cuatro grandes aspectos: primero, las garantías del producto; segundo, el precio; tercero, su situación de fortaleza con respecto al resto de productos de hogar del mercado; y cuarto, aspectos relacionados con la mejora de los procesos administrativos que favorecen una tramitación más eficiente de la póliza.

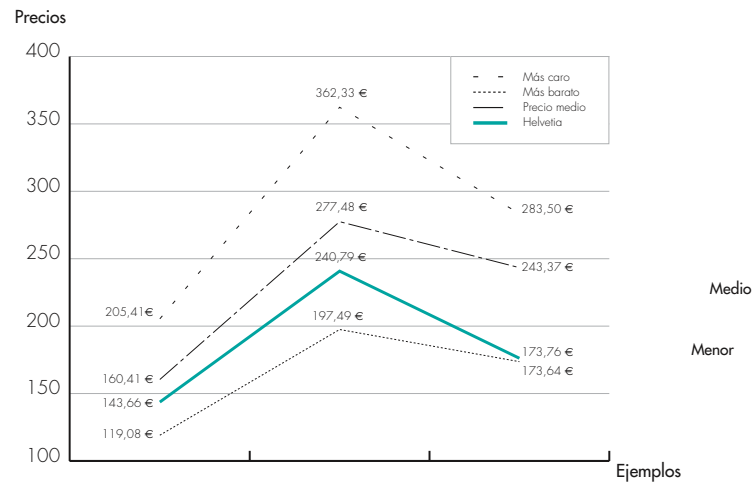
Dentro del primer aspecto, referente a las garantías, la nueva póliza destaca por una serie de valores que la distinguen de la competencia. Estos valores, básicamente, son:



REPORTAJE

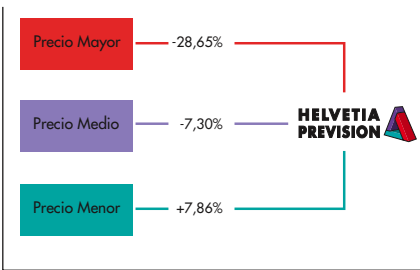
El mercado

Comparativa general de algunos ejemplos de tarificaciones



Fuente: Estudio Multirriesgo del Hogar. Ejercicio 2004- INESE

Estudio comparativo



Fuente: Elaboración propia

Una gestación dura pero satisfactoria

Antonio Bravo y Antonio Díaz, han formado un buen equipo para crear el nuevo producto, conjugando las exigencias y demandas comerciales con el indudable equilibrio técnico requerido, y han tenido que trabajar estrechamente para ver nacer la nueva criatura. La génesis de Helvetia Previsión Hogar se remonta a comienzos de 2005, cuando la compañía consideró necesaria la formulación de un nuevo producto de hogar más competitivo y actual que el que se comercializaba hasta la fecha. “El proceso ha sido largo y duro, y ha contado con la implicación de muchos profesionales”, sostiene Antonio Díaz. “Y he de destacar la completa implicación de todas las personas que han participado en el proyecto”. El diseño del producto ha superado muy diversas fases: estudios iniciales de cobertura y costes; grupos de trabajo de técnicos y comerciales; cuestionarios a directores de sucursales; grupos de trabajo con directores de zona; responsables de siniestros; área de informática, marketing, asesoría jurídica.... “Parece que todo ha terminado –dice Antonio Bravo-, pero en realidad no ha hecho más que empezar. Ahora viene el verdadero test: posicionándonos en el nivel de ventas esperado, demostraremos que no nos equivocamos, y que se trata de un producto altamente rentable y competitivo”.



- Mayor claridad en la definición de conceptos y garantías. Uno de los principales problemas relacionados con la contratación de una póliza tiene que ver con la falta de precisión y la existencia de determinadas “lagunas conceptuales”, que pueden generar problemas de interpretación debido al elevado nivel de casuística existente. El nuevo seguro se caracteriza por la sencillez en la definición de los conceptos y las garantías, lo que facilita sobremanera su comprensión. Así, por ejemplo, los conceptos que se incluyen dentro de los campos de Edificación (el “continente” tradicional) y Bienes Mobiliarios (“contenido”) están muy delimitados conceptualmente, sin que existan riesgos de malas interpretaciones. Por poner un ejemplo, el nivel de detalle llega a distinguir, en el caso de Edificación, entre Construcción principal, Construcción/ Dependencias anexas, Instalaciones de recreo y deportivas, Instalaciones fijas y aparatos o elementos fijos necesarios para su funcionamiento, Elementos de ornato, Obras de reforma e Instalaciones no consideradas en Edificación. Un inventario que da idea del grado de precisión de los conceptos.

- Producto mejor estructurado. Esta exigencia de claridad es la que ha promovido una mayor y mejor estructuración del producto, de forma que, para el caso de la garantía básica, todas sus coberturas (un total de 55) se han agrupado por distinta casuística de daños, alcanzando 9 grupos de cobertura. Se completa la póliza con 11 garantías opcionales. Con ello, se evitan los problemas de redundancia en las condiciones generales, y se faculta la comprensión integral de las coberturas de la póliza.

- Se incrementan los límites asegurados. La nueva póliza incorpora nuevas coberturas en su garantía básica, como por ejemplo muebles en terraza y jardín, bienes de Terceros, bienes de uso profesional, rotura de aparatos sanitarios fijos...; se aumentan límites de capitales automáticos como en el caso de los gastos de fontanería o robo de joyas; además se ofrece la posibilidad, en algunas coberturas, de establecer distintos límites basados en las propias necesidades del cliente, como por ejemplo, en la garantía de roturas, robo de efectivo en el interior de la vivienda o en Responsabilidad Civil, cuyo límite de indemnización puede llegar a ser de hasta 600.000 euros.

- Se amplían las modalidades de aseguramiento. Con Helvetia Previsión Hogar, la forma de aseguramiento es “a valor total”, ofreciendo la opción para Edificación de aseguramiento “a primer riesgo” en determinados casos. La valoración de los bienes objeto de cobertura se hará conforme a su valor de reposición en estado de nuevo, tanto al proceder a asegurarlos como al estimar sus daños por ocurrencia de un siniestro.

- Posibilidad de derogar la regla proporcional en caso de siniestro. Se trata de algo muy novedoso dentro del sector, ya que plantea la posibilidad de proponer sumas aseguradas a los clientes, tanto para la Edificación como para los Bienes Mobiliarios, a partir de un cálculo previo que tiene en cuenta unas determinadas variables (metros cuadrados, situación del riesgo y calidad constructiva). Con ello, y habiéndose

aceptado los capitales propuestos, se elimina la aplicación de infraseguro. Con esta práctica, tanto al cliente como al mediador, se les facilita la labor de realización de la póliza, evitando al mediador responsabilidades derivadas de la contratación. La segunda gran ventaja tiene que ver con el precio de contratación. Una vez diseñado el producto y evaluado su coste, se ha llevado a cabo un estudio de mercado, en el que se comparan los precios y garantías de la póliza de hogar de diversas compañías. Concretamente, el estudio comparativo recoge 8 compañías, entre las que se encuentra Helvetia Previsión, todas ellas situadas entre las 18 más importantes del ranking de hogar por volumen de primas. “Este estudio –explica Antonio Bravo, director comercial de Productos No Personales y uno de los principales responsables del diseño del nuevo producto- sitúa la nueva póliza en una posición realmente competitiva, de forma que resulta considerablemente más barata que la de mayor coste y aproximadamente un 10% más cara que la más económica”. Este dato se corrobora además por el Estudio Multirriesgo de Hogar para el Ejercicio 2004 elaborado por INESE, en el que el producto de Helvetia Previsión alcanzaba prácticamente la misma posición que en el informe interno. Cabe afirmar, por tanto, que la nueva póliza se encuentra algo por debajo de la banda media del mercado en lo que se refiere a precio. Respecto a los productos comercializados hasta ahora, Helvetia Previsión Hogar se encuentra en un marco tarifario intermedio entre el M-17 y el H-00.



REPORTAJE

Conceptos

Edificación (continente)

Construcción principal
Construcciones anexas
Instalaciones de recreo y deportivas
Instalaciones fijas y aparatos o elementos fijos necesarios para su funcionamiento
Elemento de ornato
Obras de reforma
Partes indivisas en copropiedad

Bienes mobiliarios (contenido)

Mobiliario particular
Joyas y alhajas
Objetos de valor especial
Valor unitario

por estas compañías en sus productos de hogar están presentes en nuestro nuevo producto. Por ello, según Antonio Díaz, responsable técnica de los productos particulares, Helvetia Previsión Hogar “viene a ser de los más completos que hay dentro de su ramo”.

El último paquete de ventajas no tiene que ver con el producto en sí, sino más bien con el procedimiento creado para agilizar su gestión en la formalización del contrato. Este procedimiento acorta de forma considerable el proceso de contratación de la póliza. Gracias a nuevos sistemas implantados, además de permitir a los agentes presentar la póliza en el mismo momento de la venta (en caso de aceptación del cliente y siempre en que se den riesgos automáticos de contratación), se ofrece la posibilidad de emisión instantánea de la póliza desde su propio equipo. En los casos en que esta sistematización automática no sea posible por no tratarse de riesgos estándares, el nuevo sistema de tramitación permitirá, no obstante, emitir solicitudes pro forma cumplimentadas, facilitándose y mejorando la operativa de gestión de venta de la póliza.

“Hemos creado —explica Antonio Bravo— un producto altamente competitivo, que supera considerablemente las pólizas de Hogar que veníamos comercializando hasta la fecha y que puede aportar mucho al crecimiento del negocio de nuestra compañía. Ahora es preciso que la red comercial conozca en profundidad el producto, para que pueda ser ofrecido a los clientes de forma atractiva”. No cabe duda de que la póliza tiene los elementos de partida para convertirse en todo un “producto estrella”.

Otra ventaja del nuevo producto tiene que ver con su alto nivel de competitividad dentro del mercado. Un nivel que no proviene únicamente del precio, sino también del alcance de las coberturas que ofrece. Muy pocos productos de hogar alcanzan un volumen de coberturas tan extenso. De hecho, para su diseño se llevó a cabo un estudio comparativo de diez compañías que suman el 80% de todas las primas de hogar a nivel nacional. Todas las casuísticas cubiertas

¡¡ Participa !!

Sección de participación interna

¿Quieres conseguir un San Bernardo de peluche?

¿Quieres llevarte a casa un dvd portátil?

¿A QUÉ ESPERAS?

Participa en el Concurso de fotografía “en buena compañía con tu mascota”

Después de la buena acogida cosechada por el I Concurso de Fotografía convocado a comienzos del verano y, coincidiendo con la Navidad, la revista “en Buena Compañía” ha decidido convocar en esta ocasión el II Concurso de Fotografía, cuyo lema es “en buena compañía con mi mascota”. Se trata de presentar la fotografía que mejor te retrate a ti y/ o a los tuyos con tu mascota, acompañada por un breve texto explicativo*.

La foto y el texto más divertidos obtendrán de regalo un DVD portátil. Además, los 30 primeros que envíen sus fotografías y sus textos breves serán distinguidos con un San Bernardo de peluche, la mascota de Helvetia Previsión.

¡Anímate!

El plazo de recepción es hasta el día 20 de febrero

Forma de entrega:

-En papel (Sede de Helvetia Previsión en Sevilla. Paseo de Cristóbal Colón, 26, 41001. Sevilla A/a Charo García Ostos.
-Por correo electrónico: mrgarcia@helvetiaprevision.com

* Helvetia Previsión se reserva el derecho a usar las fotos con fines publicitarios.



Helvetia Previsión



Las fiestas en Suiza

Navidad en estado puro

La imagen de cualquiera de los Christmas navideños que solemos adquirir en estas fiestas bien podría estar extraída de algún paisaje invernal de Suiza. Y es que este país se muestra especialmente bello cuando se acerca la Navidad. Mientras la nieve propicia estampas realmente preciosas en las localidades situadas junto a las montañas, las ciudades de la planicie engalanan sus calles con adornos y alumbrados muy llamativos. Todo ello rodeado de un ambiente tranquilo, cívico y muy limpio, gracias al carácter de sus gentes.



Sede de Helvetia Patria en St. Gallen.

Suiza es, para muchos, sinónimo de solvencia, seguridad y calidad, como bien demuestra la fortaleza de su economía, con algunos sectores muy simbólicos como el de la joyería (precisión), la banca (prosperidad) o, por supuesto, el de los seguros (cómo no, seguridad y confianza).

Todos estos atributos también tienen su traslación en algo tan íntimo y característico como la celebración de las fiestas navideñas. Unas fiestas que se celebran de forma recogida, sosegada y pacíficamente, sin ostentación pero también sin renunciar a las riquezas más características del país.

Costumbres muy similares

La diversidad que caracteriza a Suiza en muchos de los aspectos de su realidad se deriva, sin embargo, en una forma de vivir las fiestas navideñas con costumbres bastante similares en todos los casos. Los suizos son mayoritariamente cristianos, si bien es cierto que, aproximadamente, hay tantos protestantes como católicos. Para ellos, la Navidad comienza a principios de diciembre con el primer domingo de Adviento. Ese día, las familias elaboran una corona de follaje verde (de abeto o de pino, generalmente), la corona de Adviento, que es adornada y que ocupa un lugar privilegiado

en sus hogares durante este tiempo de reflexión y penitencia. La corona, originaria de Alemania, está acompañada de cuatro velas, que se corresponden con las cuatro semanas de Adviento. Cada domingo, cuando se reúnen las familias para comer, se enciende una vela (tres moradas y otra, la cuarta, de color rosa, que denota alegría), simbolizando así el camino de preparación hacia la Navidad.

Las casas se decoran de manera especial. Al igual que ocurre con la corona de Adviento, todas las casas tienen un árbol de Navidad, que, por su esplendor, es, sin duda, el objeto principal de toda la ornamentación navideña. Junto a él se acumulan todos los regalos, que son repartidos tras la cena familiar. Como la espera suele hacerse casi eterna para los más pequeños, los padres compran a sus hijos un calendario de Adviento para que, día a día, abrevien su impaciencia tachando ventanillas. Detrás de muchas de estas ventanillas se esconden obsequios (normalmente chocolatinas), con lo que la espera resulta algo más llevadera.

Al igual que ocurre en todos los países, la Navidad es una fiesta principalmente familiar. Sin embargo, también es un momento ideal para organizar reuniones con los amigos o para disfrutar de algunas pequeñas vacaciones. Los hay que viajan al ex-



tranjero (no hay que olvidar que en Suiza residen inmigrantes de diversos puntos de Europa) o los que, en cambio, aprovechan para disfrutar de su deporte favorito. El esquí es, sin duda, una de las grandes aficiones de los suizos, que aprovechan cualquier mínimo descanso para practicarlo en la cordillera de Los Alpes, que atraviesa todo el país. Las empresas, por su parte, también celebran cenas especiales en Navidad.

La celebración de la Navidad también se hace de forma muy especial en Helvetia Patria, matriz de Helvetia Previsión. Cada año, todos los empleados participan en una acogedora velada navideña, que se celebra siempre en la bonita sede central de la compañía, en Saint-Gallen. El espíritu de familiaridad, cercanía y paz de los empleados suizos alcanza así una perfecta simbiosis con los principios empresariales de fortaleza, confianza, calidad y seguridad que caracterizan a las empresas suizas más dinámicas, y que tiene en Helvetia Patria uno de sus ejemplos más cristalinos.

Plato típico. Entre el pavo relleno de castañas y la "fondue china".

Las tradiciones navideñas están muy arraigadas

entre los suizos, de forma que muchas familias se resisten a ceder a la incorporación de nuevas costumbres. Es lo que ocurre, por ejemplo, con el plato principal en la cena de Navidad. Durante muchas décadas, el pavo con castañas fue, sin discusión alguna, el menú escogido para celebrar tan significativa festividad, aunque, sin embargo, se está demostrando que las nuevas generaciones se decantan por la "fondue china", una comida más simple y rápida de cocinar.

El pavo se prepara con mantequilla y lonchas de panceta, con las que se cubre el pecho. Para el relleno, utilizan salchichas, tocino, manzanas, castañas peladas, pasas, salvia, romero, miga de pan, leche, sal y pimienta. Mucho menos elaborada es la 'fondue china', que consiste en carne tierna finamente cortada, que es cocida a la manera de la fondue de queso, pero con un caldo y acompañada de salsas y de arroz.

Las nuevas tendencias también quedan palpables en los postres. Antiguamente, a los niños se les ofrecía una naranja, que, por entonces, era una fruta rara. Habida cuenta de que ya es de sobra conocida, ha sido reemplazada por otras más exóticas como la piña, el mango y la papaya.



Villancicos. La tradición hecha canción

Los villancicos forman parte de las reuniones familiares. Junto a los cánticos que son comunes en todos los países, como es el caso de, por ejemplo, 'Noche de Paz' ('Stille Nacht, Heilige Nacht!'), los suizos mantienen vivos otros más tradicionales, como éste que reproducimos a continuación, cuyo origen data del siglo XVII y se sitúa en la parte alemana de Suiza.

Es ist ein Ros entsprungen Aus einer Wurzel zart. Wie uns die Alten sungen, Aus jesse kam die Art Und hat ein Blümlein bracht, Mitten im kalten Winter, Wohl zu der halben Nacht.	Una rosa perfecta ha nacido, ha nacido de una raíz tierna. Como nosotros cantamos otros lo hicieron, de ella vino la forma y trajo consigo una pequeña flor, en medio del frío invierno, y a media noche.
---	---

Das Röslein das ich meine, Davon Jesaias sagt: Maria ist's, die Reine, Die uns das Blümlein bracht. Aus Gottes ew'gen Rat Hat sie ein Kind geboren Wohl zu der halben Nacht.	La rosa a la que me refiero, de la que hablaba Isaías: Es María, la Pura, la que nos ha traído la pequeña flor. Por el gran amor de Dios ha dado a luz un Hijo en el frío invierno y a media noche.
--	---

Das Bümelein so kleine, Das duftet uns so süß, Mit seinem hellen Scheine Vertreibt's die Finsternis. Wahr' Mensch und wahrer Gott, Hilf uns aus allem Leide, Rettet von Sünd' und Tod.	La pequeña flor es tan delicada, y su olor es tan dulce, con su luz tan clara ahuyenta nuestra oscuridad. Dios hecho hombre y Dios verdadero, ayúdanos en nuestras penas, sálvanos del pecado y de la muerte.
--	---

O Jesu, bis zum Scheiden Aus diesem Jammertal Laß Dein Hilf uns geleiten Hin in den Freudensaal, In Deines Vaters Reich, Da wir Dich ewig loben. O Gott, uns das verleihe.	Oh Jesús, hasta la despedida en este valle de lamentos deja que Tu ayuda nos acompañe hasta el salón de la alegría, en el reino de Tu Padre, ya que Te engrandecemos. Oh, Dios, concédenos lo que pedimos.
--	--

Al margen de estos dos platos, también son habituales por estas fechas, por ejemplo, los asados, el jamón o la ensalada de patatas. Como en todos sitios, depende de lo que sea costumbre en cada casa. Eso sí, las tradiciones quedan aparcadas para celebrar Año Nuevo, ya que las comidas suelen ser mucho más copiosas e introducen alimentos más selectos y de consumo menos habitual.

Niños. San Nicolás, 6 de diciembre, el día de los niños.

En Suiza, como ocurre en la mayoría de los países europeos, la entrega de regalos se realiza el 24 de diciembre, tras la cena de Nochebuena. Sin embargo, los niños tienen un anticipo el 6 de diciembre, día de San Nicolás. Con su barba blanca y su abrigo rojo con capucha, San Nicolás, acompañado de su asistente, Schmutzli, visita a los más pequeños obsequiándoles con golosinas, cacahuetes, mandarinas, panes de especias, chocolate... Para este día tan especial, los niños aprenden un refrán de memoria que han de recitar correctamente ante San Nicolás para ser premiados con algún que otro producto. Antiguamente, Schmutzli era el encargado de castigar a aquellos que no obedecían a sus padres, amenazándoles, incluso, con una vara y con llevarlos al bosque metidos en un saco.

En el cantón Tesino y en algunas zonas de la Suiza francófona existe una pareja femenina de San Nicolás (se llama Befana y Chauche-vieille, respectivamente). En Tesino, también, los niños suelen colgar esa madrugada un calcetín rojo en la puerta de su casa. Ya se sabe: si éste contiene chucherías es porque se portaron bien durante el año; si se encuentran con carbón es porque fueron más bien malos.



en buena compañía con... La Estepeña



José Galván Fernández posa junto a nuestro agente de Estepa, Antonio Nieto.

“Mi padre siempre decía que Matusalén comía sólo mantecados de La Estepeña, y por eso vivió 200 años”

¿Cuál es vuestro producto estrella?

Por lo general, los productos se venden dentro de surtidos variados. Ése sería el producto estrella.

¿Qué cualidades destacarían de sus productos?

La calidad y el buen hacer, la tradición, la forma de hacer los dulces. Existen dos fábricas de mantecados: La Estepeña y “las demás”, al igual que sólo existen dos compañías de seguros: Helvetia Previsión y “el resto”.

¿Con qué antelación empiezan a trabajar para preparar cada Navidad?

Desde finales de agosto, que comenzamos con los preparativos. La producción comienza en septiembre, a principios.

¿Cuántos kilos de media venden por temporada navideña?

En kilos serán unos 3,5 millones. Antiguamente, se contaban las ventas por kilos, pero como ahora se venden en lotes menores de 200 gramos de cada cosa, más bien contamos la producción por unidades de venta, por estuches. De estos salen alrededor de 5 millones. Al ser ahora las familias más pequeñas, ha disminuido el consumo de cajas de 3 ó 5 kilos surtidas y ahora se lleva más el consumo de lotes más pequeños pero más variados. Podríamos decir que son “surtidos de surtidos”.

¿Cómo se vive en la Estepeña cuando no es Navidad?

El resto del año se prepara la campaña siguiente de Navidad. Se limpian las máquinas, se revisan... Para el mantenimiento se necesitan unas 15 personas. Luego, en Administración, se prepara la campaña siguiente lanzando ofertas a los distribuidores, buscando nuevas salidas para los productos, haciendo los encargos de material para embalar, los envoltorios de los productos... Hay que estar preparados para cuando den el pistoletazo de salida como en los 100 metros lisos. En la carrera no da tiempo a nada. Todo tiene que estar listo antes y para ello hay que trabajar contrarreloj. Casi todos los trabajadores que tenemos aquí son fijos discontinuos, sólo trabajan la temporada hasta Navidad. En total, en temporada alta trabajamos unas 240 personas.

La Estepeña

¿Qué historia hay detrás de su empresa?

La historia de esta empresa es la historia de mi familia. Yo pertenezco a la tercera generación. Es una empresa 100% familiar. En este sector no existen multinacionales porque “es de locos”. Todo se fabrica durante tres meses, se hacen tres turnos de trabajo al día, incluidos domingos y festivos (22 horas al día), y las multinacionales no se atreven. El origen de la empresa fue una confitería, todo lo hacía mi abuela. Se vendía repostería. Como el marido de “La Colchona” comenzó a vender los mantecados que su mujer hacía en casa, a mi abuelo se le ocurrió lo mismo con los de mi abuela, y así comenzó todo. Al principio se compaginó la confitería con la venta de mantecados, pero más tarde se quedó sólo con los mantecados.

¿Se han atrevido ya con la conquista en el extranjero?

El 95% de la producción se queda en España, repartida por todas partes. El 5% restante se vende a países fundamentalmente de habla hispana. A los países europeos no acudimos porque supondría una fuerte inversión en publicidad y promociones para crear un hábito de consumo. Normalmente son los productos de los países del norte los que se exportan al sur y no al revés. De hecho, cuando queremos ver qué tendremos aquí en unos años, lo vemos en Alemania.

¿Qué aspectos les llevaron a elegir a Helvetia Previsión como aseguradora?

Rafael, mi hermano, tenía varias pólizas con Helvetia Previsión por amistad con el agente Antonio Nieto y porque no estaba contento con el trato que recibía de las que tenía en la competencia. De ahí llegamos hace cuatro años a asegurar también la industria entera. Nuestra relación con Helvetia Previsión dura ya más de 30 años.

¿Por qué es importante para una empresa contar con los servicios de una buena aseguradora?

Es importante porque en el momento que pase un día algo, no se recibe el mismo trato de una buena compañía que de una que no funcione tan bien. Hay que saber que con la aseguradora se puede contar y que las pólizas son de calidad.



¿Se sienten suficientemente respaldados por Helvetia Previsión?

Sí, aún no hemos necesitado nada, sólo alguna pequeña cosa en el hogar que se ha solucionado rápidamente. Además, contamos con el agente Antonio Nieto que está siempre “al pie del cañón”. Si un día se fuera la luz, por ejemplo, sería un “problemón”, pues podría producirse un incendio al quedarse los hornos a más de 300º C. Además, los productos que se quedan dentro se perderían y habría que sacarlos con una polea a mano. No sólo serían las pérdidas económicas, sino que habría muchos trastornos.

¿Cuáles son los riesgos más habituales a los que se enfrenta una empresa como la suya?

El riesgo más común es la eventualidad de la venta. Toda la producción se vende en 15 días. Si algún día pasara algo sería una ruina. Se apuesta mucho en pocas cartas. Toda la compra y el consumo están muy concentrados.

¿Puede contarnos cómo se elaboran los mantecados? ¿La receta?

Los mantecados tradicionales llevan manteca, harina, azúcar y canela, y los de almendra lo mismo pero añadiendo almendras y limón.

Una última pregunta, ¿Un deseo para el próximo año?

Mi deseo es que se consuman más mantecados. Como se han consumido toda la vida, hay que seguir así. Mi padre siempre decía que Matusalén comía sólo mantecados de La Estepeña y vivió 200 años. Pero esto es un secreto, no se puede contar a nadie porque si no tendríamos problemas demográficos graves.

La receta, el secreto máspreciado

Mantecado de almendras

Ingredientes: 1 vaso de aceite, 1 vaso de azúcar, 1 pizca de Canela molida, Harina la que admita, 1 puñado de almendra picada, la ralladura de un limón.

Preparación: Se echa un vaso de aceite, otro de azúcar y se mezclan con las almendras picadas y el limón rallado y la harina y se amasa todo. Dejamos reposar un poco la masa y luego la estiramos con ayuda del rodillo. Con un cortapastas o simplemente con un vaso de aluminio se corta la masa, se pone en una bandeja de horno y se mete al horno 180 grados.





DEPARTAMENTO DE CONTROL DE REDES

Cuando la organización es la clave

Al conocer el funcionamiento interno del Departamento de Control de Redes, la labor que desempeña dentro de Helvetia Previsión, a uno sólo se le viene una palabra a la cabeza: coordinación. Y es que es esto, coordinación, lo que hace principalmente este Departamento, tras el que se esconde el nombre de Félix Sánchez, su responsable, que atiende, supervisa, regula y coordina la labor de una red de profesionales externos compuesta por más de trescientos miembros, entre personas físicas y gabinetes, repartidos por toda España. Pero no sólo eso: del Departamento de Control de Redes depende también la supervisión de la labor que desempeña Asitur. Además de por la capacidad de trabajo, esta ingente actividad es posible gracias a otro valioso elemento: unas aplicaciones informáticas que permiten un control riguroso de la actividad de todos los integrantes de la red.

El Departamento de Control de Redes es el encargado de regular la labor de todos los profesionales externos de la compañía. Este control y coordinación afectan principalmente a los peritos "de diversos" y de automóviles, a los médicos y a los letrados que se encargan de gestionar los siniestros asignados por la compañía. Estos profesionales, con vinculación mercantil con la entidad, cubren el 100% del territorio nacional, con el fin de ofrecer un servicio de calidad, ágil y rápido.

Esta función implica un contacto directo permanente con la red externa, apoyado por el asesoramiento de los tres grandes centros de servicio de la compañía: Sevilla, Madrid y Pamplona. "En el Centro de Servicios -explica Félix- se tramita el siniestro, ya que ellos son conocedores de primera mano del funcionamiento de la red y de la calidad ofrecida, y, por lo tanto, son una fuente fundamental de conocimiento de las incidencias planteadas por estos profesionales.

Asimismo, son esenciales las opiniones sobre la red vertidas por las unidades específicas de tramitación existentes en la entidad, como es el caso de las unidades de lesiones autos y de siniestros de patrimoniales y RC. Desde Control de Redes, se estudia y evalúa la estructura existente, modificando la misma de acuerdo a las necesidades organizativas de la entidad, las incidencias comunicadas y los resultados técnicos obtenidos por los profesionales". En este punto, sistemáticamente, el Departamento lleva a cabo un análisis estadístico de la red, donde se reflejan y valoran diversos factores que influyen en el correcto funcionamiento de la estructura. Igualmente, se realizan auditorías periódicas de los profesionales externos, de manera que es posible hacer un seguimiento de su progresión y su contribución a la compañía.

Una de las bases primordiales de la labor del Departamento la constituye el control y la supervisión de la labor de Asitur, sociedad de gestión de servicios participada por varias entidades, entre las que se encuentra Helvetia Previsión, que se encarga de la gestión de los siniestros de la compañía en diversos ramos (entre ellos hogar, comercio, automóviles o decesos). La labor del Departamento con respecto a Asitur es controlar que la sociedad ofrezca los índices de calidad establecidos por la compañía, y velar por el mantenimiento de unos costes moderados y un servicio ágil a nivel nacional.

Las principales dificultades con que se encuentra este Departamento tienen que ver con la captación de colaboradores. Resulta muy complicado encontrar profesionales de los distintos ramos que tengan la formación suficiente y, sobre todo, conozcan en profundidad las particularidades del sector asegurador. A ello se unen otros problemas, como el intrusismo o las lagunas de regulación existentes en algunos sectores, como por ejemplo el pericial.

Al ser preguntado por alguna característica que diferencie a Helvetia Previsión dentro del mercado en su relación con la red de profesionales externos, Félix comenta que "la entidad intenta vincular y fidelizar al profesional en el mecanismo de tramitación de los siniestros, respetando la imparcialidad que el desempeño de sus funciones supone". "El fin es que entiendan que, al tratarse de piezas básicas en la resolución final adoptada, la rapidez en el contacto con nuestros asegurados, la agilidad de servicio, la cualificación técnica y por último, la elaboración de informes claros y concisos, deben ser los puntales de su relación con nuestra Compañía". Lo que no quiere decir que la compañía no sea inflexible

Red de Colaboradores Externos

Peritos (Gabinetes y profesionales físicos):

Automóviles: 110

Diversos: 134

Letrados:

164 profesionales

Médicos:

6 profesionales físicos

11 gabinetes médicos a nivel nacional

Asitur

"El profesional externo es reo de sus errores, y debe ser consciente de que los buenos resultados redundarán en una relación perdurable con nuestra compañía"



ante situaciones de irresponsabilidad, falta de dedicación o escaso compromiso por parte de los profesionales. "La vinculación futura de un profesional con la entidad depende únicamente de su esfuerzo y trabajo constante. El profesional externo es reo de sus errores, y debe ser consciente de que los buenos resultados redundarán en una relación perdurable". Como conclusión sobre la labor de los profesionales externos, Félix sostiene: "La consecución de una red de profesionales altamente cualificada es fruto de la colaboración de toda la organización de la entidad, por lo que cualquier comunicación sobre su funcionamiento que sea realizada al respecto, es valorada satisfactoriamente, ayudando al crecimiento e implementación de la red".



ENTREVISTA



JOSÉ LUIS FERNÁNDEZ
TABOADA
AGENTE MEDIADOR DE
HELVETIA PREVISIÓN EN LUGO

EN CORTO

¿Cuál es tu equipo de fútbol? Todos los equipo gallegos

¿Te atreves a decir tu edad? 46 años

¿Cuál es el rasgo más característico de tu carácter? No sabría indicarlo con precisión, aunque podría destacar la seriedad.

Tu mejor y tu peor momento dentro de Helvetia Previsión. Las fusiones no fueron grandes momentos

Tu mayor satisfacción como agente. La de un trabajo bien hecho, de un siniestro atendido a satisfacción del cliente

Principal afición. La familia



José Luis Fernández Taboada lleva más de 25 años trabajando como agente de seguros, y siempre ha estado al servicio de esta entidad. Su oficina está en Lugo, una pequeña ciudad de la que le costaría mucho marcharse, aunque su ámbito de actuación abarca toda la provincia. Su volumen de facturación de primas se sitúa en torno a 1.314.000 euros, lo que supone un ligero incremento con respecto a los datos de 2004. Atiende a “en buena compañía” para darnos las claves de su labor como agente de Helvetia Previsión.

“El mediador de seguros debe ser constante, tenaz, serio y profesional”

¿Qué aspectos destacarías de tu forma de entender el negocio asegurador?

Fidelizar a la clientela a través de la calidad de servicio y un esmerado trato humano. Todo ello, respaldado por la solvencia, seriedad y profesionalidad de la entidad aseguradora. Es vital que el cliente perciba una imagen de seguridad y confianza por parte del asegurador.

¿Y en relación con Helvetia Previsión?

Dado que mi trayectoria profesional ha transcurrido en la misma aseguradora, las metas que nos hemos marcado siempre han ido encauzadas dentro de los objetivos y la filosofía de la Entidad.

¿Cuáles son, a tu juicio, las particularidades más significativas del mercado en Galicia?

Si nos circunscribimos a la zona comercial que nosotros trabajamos, el mercado gallego es muy particular debido a varias circunstancias. Entre otras, existe, por ejemplo, una ausencia de tejido industrial, así como una diseminación de la población y un ámbito eminentemente rural. Desde mi punto de vista, todo esto provoca que se añada mayor dificultad a la hora de la contratación.

¿Existe una competencia fuerte en tu zona de actuación?

Ahora mismo, y supongo que como en otras zonas de España, la competencia es muy fuerte. Las líneas de seguro que ofrecen los bancos, la contratación telefónica y otras políticas de contratación masiva hacen cada vez más difícil nuestra labor.

¿Qué producto es el que se comercializa con más éxito?

Entendemos que la base fundamental de nuestra cartera es el seguro de automóvil. Si así conseguimos la fidelización del cliente, a partir de esta línea añadiremos posteriormente un enorme abanico de productos como pueden ser los seguros de hogar, vida, jubilación, decesos, etc.

¿Cuál es la receta mágica para ser un buen agente mediador?

A mi modo de ver, para ser mediador de seguros has de ser constante, tenaz, serio y profesional, además de conocer al detalle los productos que ofertas a los clientes.

¿En qué medida es importante la sintonía con el cliente para un trabajo como el vuestro?

En este trabajo, la sintonía con el cliente es imprescindible. No podemos olvidar que debe depositar su confianza en nuestra labor de mediación.

En un mundo cada vez más despersonalizado y mediatizado por las Nuevas Tecnologías, ¿crees que el trato personal continúa siendo un valor añadido?

Entiendo que en este maremagnum comercial en que nos movemos, el trato personal es la piedra filosofal que nos puede diferenciar de otros canales de venta.

Ordena estos conceptos dentro de tu escala de valores profesional: constancia, amabilidad, capacidad competitiva e imaginación.

Creo que ése es, precisamente, el orden correcto en cualquier vida profesional: constancia, amabilidad, capacidad competitiva e imaginación.

¿En qué crees que se diferencia Helvetia Previsión de otras compañías?

No puedo valorar demasiado esta diferencia, ya que mi trayectoria profesional ha estado siempre ligada a esta entidad. Si acaso, y a través del trato humano, en que el cliente se sienta muy próximo y arropado por la entidad aseguradora.

¿Cómo se vive en una ciudad como Lugo? ¿Serías capaz de marcharte, o no podrías soportar la “morriña”?

En Lugo se vive estupendamente. Es una ciudad pequeña en la que nos conocemos casi todos, por lo que se puede decir que somos como una gran familia. No sería fácil para mí prescindir de la que considero “mi casa”.

Año de comienzo de actividad como agente: 1980
Volumen de facturación por primas: 1.314.000 euros



Cuento de Navidad

A pocos días de Navidad, Rosa, una empleada de Helvetia Previsión, trabajaba muy concentrada.

En toda la tarde casi no había habido movimiento en la oficina. Por la fecha, era comprensible: todo el mundo andaba ajetreando ultimando la preparación de la Nochebuena.

Cuando ya pensaba que no entraría nadie más, a Rosa le llegó a los pies la brisa fresca de la calle, e inmediatamente alzó la vista.

Ante ella tenía un hombre pequeñito, nervioso que parecía muy preocupado. Le acompañaba un enorme perro San Bernardo bastante más tranquilo. Rosa esbozó una sonrisa y le dijo:

-Buenas tardes. ¿En qué puedo ayudarle?

-Buenas tardes. Tengo entendido que esta compañía es muy sólida y tiene una gama de seguros muy amplia. Necesito que me ayude.

-No se preocupe. Haremos todo lo posible. ¿Qué desea asegurar?

-Es una larga historia y quizá a usted le parezca increíble. Me llamo Rudolf y trabajo para Papá Noel.

Rosa tuvo que reprimir una carcajada. Aquel hombre debía loco, o quizá se trataba de un programa de cámara oculta. Miró a su alrededor para localizar la cámara, pero no vio nada.

-Estará pensando que se trata de una broma, pero no es así -prosiguió Rudolf. Si se asoma a la ventana, verá siete luces en el cielo muy juntas. Son mis renos y mi trineo, que esperan para volver al Polo Norte.

Sin la menor esperanza, Rosa hizo lo que Rudolf le decía. Entonces, atónita, comprobó que era cierto.

y el espíritu de la Navidad se apoderó por completo de ella. Rudolf siguió hablando:

-Normalmente no dejamos estas cosas para última hora... El año pasado, buf, el reparto de Navidad fue un poco caótico, a punto estuvimos de sufrir algún accidente con los trineos debido al colapso.

Así que este año, el Gran Consejo dice que tenemos que encontrar un sistema para

regular el tráfico de trineos y para asegurarnos de que los ayudantes de Papá Noel, si tienen algún percance conduciendo, están asegurados y bien protegidos. Dicen que si no aseguramos todos los trineos, no nos dejarán salir en Nochebuena montados en ellos, y tendremos que repartir los regalos a pie. ¿Puede imaginárselo? Nunca lograríamos hacerlo todo antes de que despertaran los niños!

-Entonces, si le he entendido bien, ¿quiere asegurar todos los trineos?

-Eso es. Y es muy importante que lo dejemos hecho hoy mismo. He pensado que, teniendo esta compañía mucha tradición navideña, sería perfecta para solucionar mi problema de una forma rápida y eficaz.

-No se preocupe. Deje que consulte un momento con mi jefe y ahora vuelvo.

Rosa regresó al cabo de unos minutos.

-Le he explicado la urgencia a mi jefe y será un honor poder ayudar a Papá Noel.

Después de cerrar todos los detalles, cuando ya Rudolf se marchaba, el jefe de Rosa salió de su despacho.

-¡Disculpe! -comentó-. Llevo un rato pensando y... Creo que no es suficiente con asegurar sus trineos. Ya que es Navidad, la prima que nos ha pagado por asegurar sus trineos vamos a destinarla a comprar juguetes para los niños que no tienen. Así nos aseguraremos de que ninguno se quede sin un buen regalo.

Rosa no pudo reprimir una sonrisa de alegría. Rudolf se dirigió a la puerta acompañado de su San Bernardo, se volvió hacia ellos y antes de salir, dijo:

-Ya sabía yo que tenía que echar cuenta a las recomendaciones de Papá Noel. El jefe nunca se equivoca.

-¿Y qué le recomendó su jefe?

-Que acudiera a aquella aseguradora en la que se notara calor, cercanía, buena compañía. Porque ese es vuestro eslogan, ¿no? -preguntó, mientras guiñaba cómplice el ojo.

Así es como Helvetia Previsión se convirtió en la compañía aseguradora de los trineos de Papá Noel, y millones de personas en el mundo pudieron, un año más, recibir sus regalos de Navidad a tiempo. A tiempo, y en buena compañía.

De lo nuestro

HELVETIA
PREVISION

Bodas



Nuestros compañeros Lorena Pérez Vaca y Francisco Rodríguez Bueno decidieron unir sus vidas para siempre en una bonita ceremonia, que se celebró el día 22 de octubre. Enhorabuena.

Susana Llorens Catalán contrajo matrimonio con Fran el día 1 de octubre. Después de la ceremonia posaban así de felices para "en buena compañía". Les deseamos lo mejor en su vida en común.



Eduardo García Tamayo y su compañera Chelo se dieron el "sí quiero" el 23 de septiembre. Sus hijos fueron testigos excepcionales del emotivo enlace. Que sean muy felices.



También contrajeron matrimonio recientemente nuestro compañero Rafael de Soto y Silvia. La fecha de su compromiso fue el 1 de octubre. Felicidades también para ellos.



Vanesa Rosa Bastida posaba así de sonriente unos minutos después de sellar su compromiso con Arturo. Nuestras más sinceras felicitaciones.

Nacimientos



Irene Infante abrió los ojos al mundo el día 24 de septiembre. Todavía los mantiene abiertos cuando le toman esta simpática instantánea. Su padre, nuestro compañero Pablo Infante puede estar orgulloso de esta bonita criatura.





**HELVETIA
PREVISION**



Seguros en buena compañía